

المجلد: 03 العدد: 01
الرقم التسلسلي: 04
أفريل 2019

مجلة الناقد للدراسات السياسية

التنمية السياحية في الجزائر: أية تدابير لأي حلول؟

الأستاذ الدكتور: شاعة محمد
أستاذ التعليم العالي - قسم العلوم السياسية
جامعة المسيلة (الجزائر)
البريد الإلكتروني: cheaa76@yahoo.fr

الباحث يوسف علاء الدين⁽¹⁾
طالب دكتوراه - تخصص الحوكمة والتنمية
جامعة المسيلة (الجزائر)
البريد الإلكتروني: allayouefi@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2019/02/04 - تاريخ القبول: 2019/04/14 - تاريخ النشر: 2019/04/25



ملخص:

يُعتبر القطاع السياحي من القطاعات الأساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة، ومن أجل خلق حركية سياحية فإن الأمر لا يقتصر فقط على ما يزخر به البلد من مقومات سياحية بل يمتد إلى ضرورة توفير منشآت سياحية نواكب رغبات وميولات السواح، وذلك عبر طريق تبني إستراتيجية سياحية واضحة المعالم بما يساهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة. وبذلك تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على وضعية التنمية السياحية في الجزائر من خلال إبراز ما تتميز به الجزائر من مقومات سياحية هائلة، والعوامل التي تواجه تنمية قطاعها السياحي مع محاولة إيجاد الحلول المناسبة. ولقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج كان من أهمها:

- أن الجزائر تحتوي على مقومات وإمكانات (طبيعية، بشرية، حضارية، تاريخية مختلفة) ما يؤهلها لأن تكون قبلة سياحية هامة.

- أن تطوير قطاع النقل والتسويق السياحي من أبرز سياسات تفعيل التنمية السياحية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: السياحة، التنمية السياحية، المقومات السياحية، الجزائر.

Abstract:

The tourism sector is considered one of the main and main sectors to achieve comprehensive economic development. In order to create a tourism dynamic, it is not only the country's tourism components, but also the need to provide tourist facilities that meet the tourists' Thus contributing to sustainable tourism development.

The aim of this paper is to shed light on the situation of tourism development in Algeria by highlighting Algeria's enormous tourism potential, obstacles facing the development of its tourism sector and trying to find suitable solutions.

-that Algeria contains the elements and possibilities (natural, human, cultural, historical different), which qualifies it to be an important tourist kiss.

-The development of the transport sector and the rehabilitation of the human element for the most efficient way to activate tourism development in Algeria.

Key words: Tourism, tourism development, tourism components, Algeria.

⁽¹⁾ المؤلف المرسل: الباحث يوسف علاء الدين: allayouefi@gmail.com

مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع - كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة محمد خيضر - بسكرة



تعتبر السياحة من أهم الصناعات العالمية، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة، حيث تؤثر على اقتصاديات الدول المصدرة للسياح والمستقبلية لهم، إذ تساهم في تحسين ميزان المدفوعات وتنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى من تجارة وصناعة وزراعة بالإضافة إلى إتاحة فرص التشغيل لليد العاملة.

هذا ما جعل الكثير من الدول تدرك جيدا ضرورة التحكم في هذه المعطيات وتستوعب مبكرا الأهمية البالغة للسياحة في اقتصاداتها فعملت على تثمين مختلف مواردها السياحية وأدمجتها بصفة أساسية في مخططاتها التنموية بهدف الارتقاء بهذا القطاع ليصبح قاطرة لتحريك الأنشطة الاقتصادية الأخرى من جهة ومصدرا هاما يعول عليها في التصدير وفي تحقيق إيرادات مالية خارجية من جهة أخرى.

وعلى الرغم من الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي في العديد من الدول إلا أن هذا القطاع في الجزائر لم يرق بعد إلى المستوى المطلوب رغم توفرها على ثروات ومقومات طبيعية وبشرية وثقافية وحضارية في معظم مدنها وولاياتها، فقد بقيت الإنجازات محدودة إذا ما قرنت بالبلدان المجاورة مثل تونس والمغرب، إذ أنه بالرغم من الجهود المبذولة لتنمية قطاع السياحة إلا أنه مازال ضعيفا ويواجه عددا كبيرا من المعوقات تقف أمام تطوره وتحقيق تطلعات الدولة والمجتمع ما يحتم ضرورة إدخال تغييرات في سياسات التنمية السياحية وإحداث تنظيم محكم وتوجيه صائب لاستثمارات هذا القطاع لأجل تعزيز وتفعيل خطط وبرامج التنمية وإزالة العوائق التي تحول دون تحقيق الأهداف المنشودة والمتنظرة.

وبما أن تحقيق تنمية سياحية مستدامة يتوقف بالدرجة الأولى على الاستغلال العقلاني للمقومات والمؤهلات السياحية في ظل حدود معينة وباعتبار أن البلد يزخر بمقومات وإمكانات سياحية متنوعة وثرية من شأنها تحقيق التنمية السياحية في الجزائر، فإنه يمكن طرح الإشكالية التالية: كيف يمكن تحقيق التنمية السياحية في الجزائر؟ ولمحاولة الإجابة على الطرح المقدم استوقفنا التساؤلات الفرعية التالية:

- ما المقصود بالتنمية السياحية ؟
- ما هي المعوقات التي تقف أمام تحقيق تنمية سياحية مستدامة بالجزائر؟ وما هي السياسات والتدابير اللازمة لتجاوز ذلك؟
- وللإجابة على الإشكالية والتساؤلات المطروحة تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى أربعة محاور التالية:

1. مدخل مفاهيمي للتنمية السياحية.
2. المقومات السياحية في الجزائر: نظره استكشافية وإحصائية.
3. أهم المعوقات التي تقف في مسار تنمية القطاع السياحي في الجزائر.
4. سياسات تفعيل التنمية السياحية في الجزائر.

1. مدخل مفاهيمي للتنمية السياحية:

للتنمية السياحية مفهوم واسع ومتداخل ومتفاعل مع برامج مختلفة، يؤدي إلى تقدم ونمو السياحة، التي هي جزء من التنمية الاقتصادية للدولة، كما أن التنمية السياحية تكتسي أهمية متزايدة كونها تؤمن موارد مالية إضافية للسكان وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات، وكذا توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح فهي تمثل عنصرا أساسيا في عناصر النشاط الاقتصادي، ومنه يترتب على التنمية السياحية مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية في المقصد السياحي (الدول المستقبلية).

1.1. التنمية السياحية:¹

أصل كلمة "السياحة" يأتي من التعبير الإنجليزية "tourisme"، ويستخدم لأول مرة في انكلترا في نهاية القرن 18 للدلالة على السفر والرحلات من بورجوا Bourjois الإنجليزية إلى أوروبا وخاصة في فرنسا.

وتشمل السياحة أنشطة الأشخاص المسافرين والبقاء في أماكن خارج بيئتهم المعتادة لمدة تقل عن سنة متتالية من أجل الترفيه والأعمال وغيرها من الأغراض التي لا تتعلق بممارسة نشاط مدفوع في المكان الزيارة.

قبل التعرف على التنمية السياحية سنحاول فهم مفهوم السياحة من خلال الإشارة إلى بعض التعاريف الخاصة بها:

قام كل من جون سوربروك و سوزان هورنر بتقديم تعريف للسياحة على أنها: "انتقال الناس للأماكن البعيدة عن أماكن الإقامة المعتادة، والقيام بأنشطة لإشباع رغبتهم، ويمكن أن يتضمن ذلك السفر وأغراض العمل".²

¹ - OSMANI Djalel edine, BENABBAS Aziza, Satouri Djoudi, 'quels mécanismes ont été mis en œuvre par le gouvernement Algérien pour le soutien de l'entrepreneuriat touristique ?', Document présenté au Le deuxième colloque international sur L'entrepreneuriat et son rôle dans le développement du tourisme, Algeria : Université 8 Mai 1945 (Guelma), 24 et 25 Octobre 2017, p 02.

² - يسرى دعبس، الإرشاد السياحي، الإسكندرية: الملتقى المصري للإبداع والتنمية، 2006، ص 36.

أ.د. شاعة محمد، ب. يوسف علاء الدين

وحسب منظمة السياحة العالمية تعرف السياحة على أنها "نشاط إنساني وظاهر اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن عام لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة والعمل".¹

كما عرفها مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي المنعقد في روما، سنة 1963 بأنها: "ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن اثنتي عشر (12) شهرا، بهدف السياحة الترفيهية، العلاجية أو التاريخية والسياحة كالتأثر لها جناحان هما السياحة الخارجية والسياحة الداخلية".²

أما التنمية السياحية فهي "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية، و تعميق و ترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي".³ ويعرفها صفاء عبد الجبار الموسي على أنها "سلسلة العمليات والإجراءات الشاملة التي تهدف إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية والاقتصادية والعلمية والثقافية والإعلامية والعمرانية للقطاعين العام والخاص، وتوظيفها وفق تخطيط استراتيجي منظم لتحقيق تغير شامل للقطاع السياحي، وتحسين المستوى المعاشي للفرد والمجتمع، وفق مدّة زمنية معينة".⁴

ويرى مصطفى يوسف كافي أن التنمية السياحية هي "الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها، وتتطلب التنمية السياحية تخطيط ورؤية إستراتيجية واضحة بأسلوب علمي يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب الآجال لذلك يعتبر التخطيط السياحي ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية".⁵

¹ - محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، القاهرة: دار الفكر للنشر والتوزيع، 2002، ص 21.

² - محي الدين مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، مصر: المكتب العربي الحديث، بدون سنة نشر، ص 61.

³ - أحمد الجلال، السياحة المتواصلة البيئية، مصر: دار عالم الكتاب للنشر، 2006، ص 43.

⁴ - صفاء عبد الجبار الموسوي، طه مهدي محمود، التضخم الاقتصادي والتنمية السياحية، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2016، ص 54.

⁵ - مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، التنمية والتسويق السياحي، الجزائر: ألفا للوثائق، 2016، ص 214.

كما تعرف أيضً على أنها "مختلف التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير وإنتاج وتسويق البضائع والخدمات، لخدمة احتياجات ورفاهية السياح".¹ وبذلك فهي تعبر عن مختلف الخطط والبرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي.

2.1. أشكال التنمية السياحية: تأخذ السياحة أشكال عديدة أهمها،²

- تطوير المنتجعات السياحية: تعرف المنتجعات على أنها المواقع والأماكن التي توفر الاكتفاء الذاتي وتوجد فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة بغية توفير جو من الترفيه والاستراحة والاستجمام، وهذا النوع من التنمية يركز على سياحة الإيجارات والعلل.

- تنمية القرى السياحية: وهي شكل من أشكال الأنشطة السياحية المنتشرة بشكل كبير في دول العالم، حيث لها نموذج في الحياء يختلف عن الحياء في المدن تستهوي سكان المدن حبا في التغيير والبساطة، وتطلب هذه القرى السياحية توفير مجموعة من الإمكانيات الطبيعية والمادية كالشواطئ، الموانئ، الجبال، الحدائق العامة، مواقع تاريخية، ملاعب رياضية.

- تنمية السياحة الحضرية: وهي نوع من السياحة الدارجة والمعروفة، توجد في المدن الكبرى.

- تنمية السياحة المغامرة: وهي عبارة عن ممارسة ومعايشة خصائص معينة تسمح للسائح بالإقامة الترفيهية والاستجمام، والتعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة.

- تنمية السياحة الدينية: وهي الاهتمام بالمواقع والأماكن المقدسة والدينية والتاريخية التي تكون مقصدا للسفر أو للحج في معظم الأديان.

- منتجعات العزلة: تتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها، وعادة ما تقع هذه المنتجعات في المناطق البعيدة والآهلة، كالجزر، والجبال والوصول إليها يتم من خلال الطرق البرية الضيقة واستعمال القوارب أو المطارات الصغيرة، ويعتبر هذا النوع من المنتجعات من المناطق السياحية المنفصلة في أغلب دول العالم.³

¹ - يحي سعيدي، سليم العمرابي، "مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية: حالة الجزائر"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، العراق، 2013، ص 98.

² - مصطفى عثمان، "الاستثمار السياحي كآلية لتحقيق التنمية السياحية"، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 02، العدد 17، جامعة خميس مليانة (الجزائر)، 2017، ص 195.

³ - عبد القادر عوينات، "السياحة في الجزائر: الإمكانيات والعوقات (2000-2025)"، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، الجزائر، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2012، ص ص 272-273.

2. المقومات السياحية في الجزائر: نظرة استكشافية وإحصائية:

تتمثل المقومات السياحية في كل الإمكانيات الطبيعية، الثقافية والتاريخية وكل ماله قيمة جمالية متميزة، والجزائر من البلدان التي تملك موقعا جغرافيا هاما أضفى عليها جمال طبيعى يتنوع بين الجبال، شواطئ غاية في التنوع، مناظر الصحراء كما تمتع أيضا بإرث ثقافي وحضاري غني، وهذا ما سيجعل البلد ويؤهله بأن يكون وجهة وقطبا سياحيا من الدرجة الأولى قادرا على منافسة البلدان السياحية الرائدة في العالم.

1.2. المقومات الطبيعية: تقع الجزائر شمال القارة الإفريقية وهي تتوسط بلدان المغرب العربي الكبير، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط، ومن الشرق تونس وليبيا ومن الغرب المغرب وموريتانيا، أما من الجنوب فيحدها كل من النيجر ومالي. هذا وتعتبر الجزائر من أكبر البلدان الإفريقية بعد انقسام السودان، كما تتميز من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ وهي:¹

- مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب دو درجة حرارة متوسطة على العموم في هذه المناطق تقارب 18 درجة وذلك من شهر أكتوبر إلى أبريل، أما في شهري جويلية وأوت فتصل إلى أكثر من 30 درجة ويكون الجو حارا ورطبا.

- مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا يتميز بمناخ بارد ورطب وذلك خلال الفترة الممتدة من أكتوبر إلى ماي، وتصل درجة الحرارة أحيانا إلى 5 درجات أو أقل في بعض المناطق، أما باقي أشهر السنة فتتميز بحرارة مرتفعة.

- مناخ صحراوي في مناطق الجنوب ويتميز بموسم طويل حار يمتد من شهر ماي إلى غاية شهر سبتمبر، حيث تصل درجة الحرارة إلى أكثر من 40 درجة، أما في باقي أشهر السنة فيتميز بمناخ معتدل وهذا ما يسمح بخلق حركية لدى السواح خصوصا في فصل الشتاء.

كما تزخر الجزائر بعدة مناطق طبيعية متنوعة وخرابة تعددت بين:

- منطقة الساحل: تتميز الجزائر بوجود شريط ساحلي جذاب يمتد على مسافة 1200 كلم، ومن أهم المناطق السياحية الممتدة على طول هذا الساحل نجد: القالة، تنس، بني صاف... إلخ.²

¹ - مجدوب بحوصي، عمار عريس، نضال يدروج، "متطلبات تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر"، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الدولي الثاني حول المفاوضات ودورها في تطوير القطاع السياحي، الجزائر: جامعة 08 ماي 1945 (قائمة)، 24 و25 أكتوبر 2017، ص 09.

² - بوحفص حاكمي، خديجة العارف، "واقع السياحة في الجزائر مقارنة بمثيلتها في تونس والمغرب"، مجلة دراسات، العدد 30، جامعة الاغواط، الجزائر، جوان 2017، ص 258.

- المناطق الجبلية : أهم ما يميز المناطق الجبلية في الجزائر هو وجود سلسلتي الأطلس التلي والصحراوي والتي تضم ثروات لها أهميتها لدى السائح مثل الحيوانات المتنوعة، والينابيع العذبة وكل هذه الأمور تعد بمثابة عوامل جذب للسياح.¹

ويمكن الإشارة في هذا الصدد إلى أعلى قمة جبلية في الشمال (لالة خديجة 2308 م) وجبال أخرى معروفة كجبال (الاوراس، الونشريس) يتم استغلالها في تطوير السياحة الرياضية (التزحلق، التسلق، الصيد... الخ).²

- المناطق الصحراوية : إن أكبر ما تزخر به الجزائر في مجال السياحة هي منطقة الصحراء والتي تعد من أكبر الصحاري في العالم بمساحة تبلغ حوالي 2 مليون كلم² موزعة على خمسة مناطق رئيسية كبرى وهي: أدرار، إليزي وادي ميزاب، تمنراست وتندوف والتي تضم عددها معالم ومواقع أثرية والتي تشكل في مجموعها مقومات أساسية للسياحة الصحراوية والتي تتعدد بين الواحات، القصور القديمة (قصر تماشين، قصور الزاوية التيجانية، قصر كوردان الأثري وقصر تيوت).³

- المحطات المعدنية : تملك الجزائر عددها منابع معدنية ذات خصائص علاجية، حيث بينت الدراسة التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود أكثر من 200 منبع للمياه المعدنية تتركز أغلبها في المناطق الشمالية.⁴ ومن بين أهم الحمامات المعدنية نجد:⁵

- حمام الصالحين: يقع في بلدية الحمامة 07 كم عن عاصمة ولاية خنشلة.
- حمام قرقور: ويقع حوالي 50 كم من عاصمة ولاية سطيف.
- حمام السخنة: يقع على بعد 56 كم من مدينة سطيف و 80 كم من مدينة باتنة.
- حمام زلفانة: يقع بولاية غرداية وله العديد من الينابيع الساخنة ذات صفات متميزة إلى حد ما.

¹ - صالح فلاحي، "النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات المنتدى الدولي الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، كلية

العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة البليدة، 20-21 ماي 2002، ص 05.

² - بوحفص حاكمي، خديجة العارف، مرجع سبق ذكره، ص 258.

³ - مجدوب بحوصي، عمار عريس، نضال يدروج، مرجع سبق ذكره، ص 10.

⁴ - صالح فلاحي، مرجع سبق ذكره، ص 05.

⁵ - عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص ص 144-145.

- حمام ملوان؛ ويقع على بعد 37 كم عن الجزائر العاصمة، ويتميز بينابيعه الساخنة وميزاته المختلفة.

- حمام ريغة بولاية عيد الدفلى؛ 170 كم غرب العاصمة حيث تصل درجة حرارة مياهه إلى 68م من المنبع و 55 م بين وصولها إلى المسبح.

- حمام الكسانة (حمام الفراقسة)؛ والذي يقع ببلدية الهاشمية ولاية البويرة ويتميز بمياهه الساخنة المزوجة بالكبريت.

- حمام بوحنيضة بمعسكر، حمام المسخوطين بقالة، حمام الشارف بولاية الجلفة.

2.2. المقومات الثقافية، الحضارية والتاريخية؛ المعالم التاريخية والحضارية التي تنفرد بها الجزائر جعلتها مهد للحضارات المتعاقبة من الأمازيغية، إلى الإسلامية مروراً بالفينيقية، البيزنطية والرومانية كما تعد أيضاً شاهداً على انتمائها للفضاء الإسلامي المتوسطي والإفريقي، وهذا ما جعل البلد يزخر بموارد سياحية متنوعة ومن أهمها المناطق والمعالم الأثرية المصنفة ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي من طرف منظمة اليونسكو نجد؛ تيمقاد، جميلة، تيبازة، الطاسيلي، قلعة بني حماد، قصر ميزاب والقصبة.¹

3.2. المقومات من الهياكل القاعدية؛ وتشمل البنية التحتية الضرورية والأساسية للقيام بمشاريع وأنشطة سياحية وتتمثل في؛²

❖ شبكة الطرقات؛ ويبلغ طولها أكثر من 90000 كلم منها؛

- 22000 كلم من الطرق الوطنية.

- 26000 كلم من الطرق الولائية.

- 42000 كلم كطرق بلدية (فرعية أو ثانوية).

لكن وبالرغم من حجم الجهود المبذولة في مجال تطوير وتحسين شبكة الطرق والمواصلات إلا أن هذه الشبكة تبقى ضعيفة إذا ما قورنت بالمساحة الكلية الشاسعة للوطن، خاصة فيما يخص المناطق الصحراوية التي تحتاج إلى بذل مزيد من الجهود لتطويرها قصد إعطاء دفعة جديدة للسياحة في المنطقة.

¹ - مجدوب بحوصي، عمار عريس، نضال يدروج، مرجع سبق ذكره، ص02.

² - نبيل بوفليج، محمد تفرورت، "دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا- حالة الجزائر، تونس والمغرب"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات المنتدى الدولي الأول حول السياحة في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر؛ جامعة البويرة، 11-12 ماي 2010، ص08.

❖ النقل الجوي: تتكون الشبكة الوطنية من المطارات من 53 مطار موزعة على كامل التراب الوطني منها:

- 13 مطارا ذو طابع دولي.
- 8 مطارات وطنية و14 مطارا جهوي موزعة عبر التراب الوطني بالإضافة إلى 19 مطارا للإستعمال المحدود، وينشط في السوق الجزائري للطيران المدني 21 شركة طيران منها 19 أجنبية.

❖ النقل البحري: على طول الساحل الجزائري يتواجد 13 ميناء متعدد الخدمات بالإضافة إلى 17 ميناء مخصص للصيد البحري وموانئ صغيرة للترفيه السياحي وميناءان مخصصان لنقل المحروقات.

- وتعد الشركة الوطنية للنقل البحري للمسافرين (Algérie Ferries) الشركة الوحيدة المسؤولة عن النقل البحري للمسافرين في الجزائر، تمتلك أسطولاً يتكون من أربعة سفن هي: الجزائر 2، طارق ابن زياد، طاسيلي 2 وسفينة إليروس، وتغطي الشركة ثلاثة مدن أوروبية: مارسيليا، أليكانت، برشلونة.¹

❖ شبكة السكك الحديدية: حيث بلغ طول الشبكة حوالي 2150 مجهزة بأكثر من 200 محطة تغطي خاصة شمال البلاد، منها 299 كلم سكك مكهربة، و 305 سكك مزدوجة، 1085 سكك ضيقة، وتعمل الجزائر حالياً على تدعيم شبكة السكك الحديدية بوسائل النقل الحديثة كالترامواي، التلفريك، المترو من أجل تخفيف عبء الازدحام في الطرقات.²

❖ المؤسسات الفندقية: ³ من بين أهم العوامل التي تساعد على النهوض بالسياحة في أي بلد هو ما يمكن توفيره من متاحف فندقية للسائح الأجنبي، ليس من حيث الكم فحسب، بل من حيث النوعية، والتنوع أيضاً، وبذلك فقط يمكن أن تتاح عدّة خيارات للسائح

¹ - الشركة الوطنية للنقل البحري للمسافرين. أنظر:

http://www.algerieferries.com/f_aria.php, consulté le 06/12/2018 heure 20:00.

² - طلال زغبة، سعيدة بورديمة، "دراسة تحليلية تقييمية لواقع وفرص الاستثمار في قطاع السياحة في الجزائر"، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الدولي الثاني حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي، الجزائر: جامعة 8 ماي 1945 (قائمة)، 24 و 25 أكتوبر 2017، ص 15.

³ - بوبكر بداش، "صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات: رؤية استكشافية وإحصائية"، بحوث اقتصادية عربية، لبنان، العدد 66، 2014، ص 16.

تتماشى وقدراته المالية، وبالتالي يمكن استهداف فئة أكبر من السياح الأجانب، خاصة ذوي المداخل المتوسطة والضعيفة. وفي الجزائر، وبناء على الإحصاءات المتعلقة بالمتاحات الفندقية، والقدرة على الاستيعاب، تم تسجيل أزيد من 9300 سرير فندقي موزعة بين القطاع العام والقطاع الخاص والمختلط. إن ما تجدر الإشارة إليه من خلال هذه المعطيات هو ضعف الهياكل السياحية، وعدم قدرته البلاد على تلبية احتياجات السائح ولا يتعلق الأمر هنا بالسائح الأجنبي فقط، بل حتى السائح المحلي الذي يجد صعوبات جمة في إيجاد مكان للإيواء في المناطق السياحية في الجزائر وفق إمكانياته المالية.

وشهدت المؤسسات الفندقية في الجزائر تزايدا طفيفا، إذ بلغ عدد الفنادق 1176 فندقا سنة 2013 ووصل إلى 1185 فندقا سنة 2014 موزعة حسب الطابع كما في الجدول أدناه:

الجدول رقم (01): وضعية المؤسسات الفندقية الوطنية خلال سنة 2014

الطابع	سنة 2013		سنة 2014	
	عدد الفنادق	عدد الأسرّة	عدد الفنادق	عدد الأسرّة
حضري	798	55988	872	61012
ساحلي	219	29886	209	27962
صحراوي	94	6058	60	4547
حموي	46	5467	26	4259
مناخي	19	1405	18	1825
المجموع	1176	98804	1185	99605

المصدر: وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية، إحصائيات السياحة

لسنة 2014. أنظر:

<http://www.matta.gov.dz/images/statourisme.pdf>, consulté le 05/12/2018 heure 18:00.

3. أهم المعوقات التي تقف في مسار تنمية القطاع السياحي في الجزائر:

إن القطاع السياحي في الجزائر متأخر عن نظرائه في الدول الشقيقة، هذا كفيلا بطرح السؤال التالي، لماذا هذا التأخر رغم تقارب الإمكانيات بين هذه الدول؟

- تعاني السياحة في الجزائر من عددٍ من مشاكل تعيق تنميتها، ومن أبرزها: ¹
- غياب نظراً لمنتجات السياحة الجزائرية (مواقع بلا صيانة وغير مثمّة بصورة كافية، غياب مواد مثيرّة للجاذبية وقادرّة على التميز، غياب التشاور حول الأمور الأساسية.
 - إيواء وفندقة : طاقات غير كافية وذات نوعية سيئة (عجز في طاقات الاستقبال، الهياكل الفندقية والإطعام ذات نوعية وأصالة، هياكل إيواء متأكلة وغالية نسبيا بالنسبة للسكان المحليين، 10 % فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية.
 - وكالات الأسفار: غياب التحكم في التقنيات الحديثة للسوق (غياب التحكم في التقنيات الجديدة لسوق السياحة الدولية، عدم التكيف مع الطريقة العصرية للتسيير الالكتروني للنقل قصد تنظيم عمليات الحجز والخدمات، خضوع استقبال السياح في الجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم، غياب مخطط للتكوين المستمر وعدم وجود تنظيم لوكالات الأسفار وميثاق يحكم المهنة.
 - نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق خاصة، كما أن نوعية التكوين غير ملائمة مع متطلبات عرض سياحي بامتياز.
 - ضعف نوعية المنتج وخدمات السياحة الجزائرية (انعدام النظافة والصيانة للفضاءات العامة والخاصة، غياب خدمات جذابة وأعمال لإبراز المنتجات المحلية.
 - تغلغل ضعيف لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في السياحة وعدم كفاية مواقع الانترنت مع التركيز الشديد على ترقية الصحراء والاكتشاف الثقافي، صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في قطاع السياحة.
 - ضعف نوعية النقل والمواصلات (عدم القدرة على خدمات نقل كمية ونوعية متكيفة مع الطلب، زادت حدة من خلال إضافة التسعيرة المبالغ فيها مقارنة مع الممارسات الدولية، سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب يضاف إليه عد التنسيق في رحلات الربط عند المغادرة باتجاه الخارج).
 - بنوك وخدمات مالية غير متكيفة (عدم ملائمة وضع وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسياح، قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاد السياح للخارج، تعارض طريقة تمويل الاستثمار والنشاط السياحي مع طبيعة الاستثمار السياحي).

¹ - محبوبي محمد، ثابت سعيدة، " تحديات القطاع السياحي كبديل تنموي لقطاع النفط في الجزائر"، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الوطني الثاني حول أثر انهيار أسعار المحروقات على التنمية في الجزائر - دراسة في السياسات البديلة، الجزائر: جامعة عمار تليجي (الاغواط)، 10 و 11 أكتوبر 2017، ص ص 16-17.

أ.د. شاعة محمد، ب. يوسف علاء الدين

- عجز في تسويق واجهة الجزائر (ضعف الاتصال الداخلي والخارجي وضعف في التعاون بين مختلف القطاعات والشركاء في قطاع السياحة، عجز في الإعلام والاتصال الإيجابي مما أدى إلى ظهور مشكل حقيقي خاص بالصورة والتسويق، انعدام أدوات للإعلام والسهر الاستراتيجي على النشاط السياحي، وسائل ترفيه متأكلة وغير مؤهلة لا تتماشى مع تقنيات الاتصال الحديث، غياب أنشطة إعلامية).¹
- ارتفاع معدلات الضريبة المفروضة على الخدمات السياحية، يؤدي إلى رفع سعر الخدمات السياحية، ومن ثمة التأثير على القدرة التنافسية للمنتج السياحي المحلي، والتأثير على ربحية المشاريع السياحية، مما ينتج عنه التأثير على الاستثمار السياحي في المستقبل.²
- تدني صورة الجزائر في الخارج وكذا سمعة منتجاتها السياحية نظرا لتدني نوعية الخدمات السياحية المقدمة.³
- تعدد وتضارب الاختصاصات بين وزارة السياحة والعديد من الوزارات الأخرى للموافقة على المشاريع السياحية، مما يؤدي إلى عرقلة المستثمرين.⁴
- تدهور مناخ الاستثمار وكثرة العراقيل التي تواجه نمو القطاع الخاص.⁵
- ضعف البناء المؤسسي، ونقص القدرات والمهارات البشرية لدى بعض مكونات المجتمع المدني بالجزائر (غياب الأموال والرعاية والدعم من السلطات لبرامج العمل التطوعي والتشاركي).⁶

¹ - عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، "متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري"، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة بالجزائر، العدد الرابع، جوان 2016، ص 77.

² - صاوتي مراد، بلبخاري سامي، "الاتجاهات المستقبلية لمحددات الاستثمار السياحي في الجزائر - دراسة تحليلية -"، مداخلة مقدمة خلال المنتدى الدولي الثاني حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي، الجزائر، جامعة 8 ماي 1945 (قائمة)، 24 و 25 أكتوبر 2017، ص 17.

³ - مربعي وهيب، "واقع العرض والطلب السياحي لولاية باتنة (دراسة تحليلية)"، مداخلة مقدمة خلال المنتدى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، الجزائر، جامعة باتنة، 19 و 20 نوفمبر 2012، ص 06.

⁴ - صاوتي مراد، بلبخاري سامي، مرجع سبق ذكره، ص 17.

⁵ - علي سنوسي، "تقييم مناخ الاستثمار ومدى مساهمة القطاع الخاص في التنمية بالجزائر"، مداخلة مقدمة خلال المنتدى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في آفاق الأفقية الثالثة بالجزائر، الجزائر، جامعة محمد بوضياف (المسيلة)، 28 و 29 أكتوبر 2014، ص ص 15-16.

⁶ - ابتسام حاتم علوان، "واقع المجتمع المدني في الوطن العربي"، مجلة كلية الآداب، العدد 98، جامعة بغداد، 2011، ص ص 708-709.

هذا بالإضافة إلى العوائق التي تقف أمام تطوير الاستثمارات السياحية بالجزائر والتي يمكن إبراز أهمها كما يلي:

- المشاكل الإدارية والقانونية: وتتمثل في انتشار الإجراءات البيروقراطية في الإدارية الجزائرية، كبطء العمل الإداري، صعوبة فهم الموظف المعني لتفاصيل طلب المنشأ، الفساد الإداري الرشوة، الوساطة والحاسوبية، إضافة إلى المعوقات القانونية كتعدد القوانين والأنظمة، التعديلات والتغييرات في القوانين، المشكلات القانونية مع العمال والمنافسين ومع الشركاء وحتى مع الدولة فيما يتعلق بالتأمين والتصفية.¹

- إشكالية التمويل السياحي وضعف الحوافز الممنوحة: وتتمثل في عدم وجود ضمانات كافية للتمويل وارتفاع أسعار الفائدة وتكلفة القروض الممنوحة من طرف هذه المؤسسات وعدم كفايتها وعدم اعتبار الجدوى الاقتصادية للمشروع في منح التمويل وكذلك مشكل ارتفاع الضرائب على المشاريع الاستثمارية والإزدواج الضريبي وغموض في القوانين الضريبية.²

- ضعف أداء الجماعات المحلية: حيث أن في الجزائر نجد عدم اهتمام الجماعات المحلية من السياحة خاصة بالبلديات التي تتوفر على مؤهلات تختص بمسؤولية تسييرها وقد يكون ذلك مرده إلى افتقار الجماعات المحلية إلى الوسائل المادية اللازمة لتغطية المتطلبات الأساسية لتلك المنطقة.³

4. سياسات تفعيل التنمية السياحية في الجزائر:

حسب الأستاذ Michael ross " كلما زاد اعتماد الاقتصاد على النفط كانت الانعكاسات أشد، كما أن النمو القائم على تصدير النفط والمعادن يفشل في الكثير من الأحيان على تحقيق التغييرات الاجتماعية والسياسية المطلوبة".⁴ لهذا تسعى الجزائر إلى تطوير السياحة الوطنية كأحد محركات التنمية المستدامة والداعمة للنمو الاقتصادي، حيث أن تطوير السياحة بفرعها المتنوعة يمكن أن يتم من خلال:⁵

❖ الفنادق/ المطاعم/ المنتجعات.

¹ - زين منصوري، " واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 2، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، ماي 2005، ص 142.

² - المرجع نفسه، ص 142.

³ - عبد القادر عوينات، مرجع سبق ذكره، ص 253.

⁴ - Michael ross, *does oil hinder democracy*, project muse, world politics 53, april 2001, p328.

⁵ - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع السياحة. أنظر:

<http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme>, consulté le 12/12/2018 heure 00:10.

❖ الحمامات المعدنية.

❖ السياحة الساحلية.

❖ السياحة الجبلية.

❖ السياحة الصحراوية.

❖ تطوير وتنويع المنتجات السياحية.

وفي هذا الصياغ يرى العديد من الباحثين (عبد الرزاق مولاي لخضر وخالد بورحلي) أن عملية تحقيق التنمية السياحية في الجزائر يمر عبر تجسيد مجموعة من السياسات أبرزها ما يلي:¹

- رفع حجم الاستثمارات الموجهة للقطاع السياحي؛

إن إجمالي الاستثمارات الموجه لهذا القطاع لم يتجاوز 3 ملايين دولار، حيث بلغت 1.6089 مليار دولار سنة 2015، كما أن مخصصات الحكومة في البرنامج التكميلي لدعم النمو الاقتصادي لم يتجاوز 0.07 % وهي نسبة ضعيفة جدا لذا يجب رفع حجم الاستثمارات الموجه للاستثمار السياحي.

- توجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للاستثمار في القطاع السياحي؛

في ظل توجه الدولة نحو تدعيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يجب بناء إستراتيجية خاصة بهذه المؤسسات بما يخدم الاقتصاد.

- سياسات التسويق السياحي؛²

يشكل التسويق النشاط التصديري الوحيد في قطاع السياحة وهو أداة فاعلة في بناء الوعي السياحي، ويمكن أن يكون ذلك من خلال مختلف أدوات الاتصال التسويقية على اختلاف أشكالها، ويمر التسويق السياحي عبر مجموعة من السياسات التي يمكن حصرها في النقاط الآتية :

❖ السياسة التخطيطية للتسويق السياحي؛ وتبنى هذه السياسة على أساس الخطة التسويقية السياحية وهي تمثل أساس السياسة التخطيطية للتسويق السياحي التي تعتبر أهم السياسات التسويقية.

¹ - عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، مرجع سبق ذكره، ص 78.

² - منال ديابي، " دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية"، مجلة الباحث الاجتماعي، المجلد 13، العدد 01، 2017، جامعة قسنطينة 2، ص 314.

❖ سياسة الخدمة السياحية : يشمل هذا المفهوم جميع أنواع الخدمات التي تقدم للسائحين كالخدمات الفندقية، المطاعم والنقل السياحي وغيرها، وتساهم سياسة الخدمة في تحقيق الأهداف العامة للسياسة التسويقية السياحية من خلال تقديم منتج سياحي على مستوى مرتفع من الجودة وبالسعر المناسب الذي يحقق رضا السائحين وإشباع مختلف رغباتهم وأهدافهم لدفعهم لتكرار الزيارة في المستقبل وتقوم هذا السياسة على التطوير المستمر للخدمة السياحية لكي تتناسب مع أعداد السائحين المتزايدة بشرائهم المختلفة ورغباتهم المتعددة والمتنوعة بتنوع الكبير في الأنماط السياحية.

❖ سياسة التسعير السياحي : لهذه السياسة مكانة خاصة كونها تؤثر مباشرة في الإيرادات السياحية كما لها تأثير قوي على حجم الطلب السياحي لأن التكلفة تعتبر عنصرا حاسما في اتخاذ القرار السياحي، فسلوك السائح يتحدد بسعر الخدمة السياحية، حيث تزداد التعاقدات على البرامج السياحية المتميزة بانخفاض أسعارها والعكس بالعكس في حالة اتجاه الأسعار إلى الارتفاع مما يؤثر سلبا على حجم التعاقدات وحجم الطلب السياحي.¹

❖ الدعاية السياحية : وتلعب الدعاية السياحية كعنصر من عناصر الترويج دور بارز في التأثير على السياح الحاليين والمترقبين، وتشمل برامج الدعاية السياحية كل من الدعاية المنظمة، القصص الدعائية، والصور الفوتوغرافية، التحريرات الصحفية، الكتاب السياحيين، العلاقة مع المجالات... الخ وللدعاية السياحية عدة أساليب ووسائل أهمها الدعاية المطبوعة، الدعاية الإعلانية، الدعاية المسقط، الدعاية المركبة، والدعاية الشخصية.²

- تطوير قطاع النقل: يعتبر من مكونات المنتج السياحي، وهو يتوافق مع خاصية السياحة التي تستدعي تنقل السائح إلى مكان تواجد المنتج السياحي، حيث أن الخدمات السياحية لا ترسل ولا تنقل، لذلك يجب العمل على تطوير خدمات النقل بمختلف إشكاليه، وتنظيمه من حيث الاستغلال والأمن.³

¹ - المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، تسويق سياحي، الرياض، 2008، ص 74.

² - علاء حسين السرابي وآخرون، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، 2011، ص 16.

³ - صاوتي مراد، بلبخاري سامي، مرجع سبق ذكره، ص 18.

أ.د. شاعة محمد، ب. يوسف علاء الدين

- التخطيط السياحي: يتمثل التخطيط السياحي في رسم صورة تقديرية لمستقبل النشاط السياحي لدولة معينة وفترة معينة من خلال حصر الموارد السياحية التي تتوفر عليها الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق التنمية السياحية المنتظمة المستدامة، ثم وضع البرنامج واختبار المشاريع التي تنفذ خلال فترة معينة.¹

- تعزيز أدوات التنشيط السياحي:

وهو أحد عناصر المزيج الترويجي، ويلقي هذا الأسلوب اهتمام ملحوظ في الآونة الأخيرة من قبل الإدارات التسويقية، لما حققه من زيادة في المبيعات وتحقيق حصص تسويقية عالية ويهدف تنشيط المبيعات إلى تحفيز وتشجيع السائح على الشراء من خلال تخفيض أسعار البرامج السياحية والمحافظة على السائح من خلال منحهم زيادة مجانية، وكذلك حث رجال البيع على زيادة جهودهم خلال فترات انخفاض الطلب إضافة إلى الحد من تأثير جهود المنافسين وتعزيز مصداقية جميع الجهود التسويقية الأخرى، وتتمثل وسائل تنشيط المبيعات في المعارض الترويجية والهدايا، المسابقات والمعارض، ورش العمل السياحية والعروض الخاصة كتخفيضات الأسعار، الهدايا المجانية، المكافآت،... وغيرها.²

ويمكن تقسيم أدوات التنشيط السياحي إلى:³

- ❖ أدوات داخلية وتضم:
- ❖ الدعاية: المكتوبة، المسموعة والمصورة.
- ❖ الإعلان: من خلال (التلفزيون، الراديو، المجلات والصحف).
- ❖ العلاقات العامة.
- ❖ أدوات خارجية: وتضم:
- ❖ إقامة المهرجانات السياحية الدولية: مهرجانات فنية، ثقافية، رياضية.
- ❖ إقامة المؤتمرات السياحية المهنية.
- ❖ إقامة المعارض وتنظيم القوافل السياحي.
- ❖ إقامة مؤتمرات النقل الجوي.
- ❖ التسويق السياحي الإلكتروني.

¹ - بلمداني سعد، تواتي نور الدين، "الإستراتيجية الاتصالية للتنمية السياحية في الجزائر: دراسة ميدانية للديوان الوطني للسياحة"، مجلة متون (بحوث ودراسات في العلوم الاجتماعية)، المجلد 8، العدد 03، ديسمبر 2016، ص 314.

² - علاء حسين السراي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 224-228.

³ - المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، مرجع سبق ذكره، ص 73.

- تفعيل الشراكة بين الفواعل لتنشيط التنمية السياحية بالجزائر:

لا يمكن تصور تنمية دائمة لسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي والخاص ومساهمة المجتمع المدني، كذلك القطاع الخاص لا يستطيع أن يقوم بعملية التنمية منفردا دون التدخل الحكومي الفعال للتغلب على المشاكل التي تواجه عملية تنمية السياحة مثل الضرائب والتراخيص والجمارك... الخ، ولهذا يجب على الحكومة تفعيل الشراكة بين الحكومة والقطاع الخاص في صناعة السياحة، وكذا تفعيل مشاركة العمل الجماعي لتنمية وتنشيط القطاع السياحي بالجزائر.

خاتمة:

تعد التنمية السياحية أحد الأساليب الفعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة عن طريق عمل نوع من التجانس والتوافق والتنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية لهذا فقد اهتمت العديد من الدول بتنمية القطاع السياحي، على عكس الجزائر والتي بالرغم من أنها من البلدان التي تحتوي على مقومات ومؤهلات من موقع استراتيجي، موارد طبيعية ومناخ ومعالم تاريخية وحضارية ما يؤهلها لأن تكون قبلة سياحية هامة، إلا إن تسليط الضوء على وضعية القطاع السياحي في الجزائر من خلال تأثير العديد من المؤشرات السياحية مازالت تواجه إشكالات ومعوقات كبيرة تحد من نموه، منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية وضعف نوعية المنتج وخدمات السياحة الجزائرية، وارتفاع معدلات الضريبة المفروضة على الخدمات السياحية، ضعف نوعية النقل والمواصلات مما يستدعي ضرورة تبني برامج ضخمة وانتهاج سياسيات واتخاذ كافة الإجراءات والتدابير من أجل تفعيل التنمية السياحية بالجزائر.

قائمة المصادر والمراجع:

1- المراجع باللغة العربية

أولا: الكتب

- 1- أحمد الجلال، السياحة المتواصلة البيئية، مصر: دار عالم الكتاب للنشر، 2006.
- 2- صفاء عبد الجبار الموسوي، طه مهدي محمود، التضخم الاقتصادي والتنمية السياحية، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2016.
- 3- علاء حسين السرابي وآخرون، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، 2011.
- 4- مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، التنمية والتسويق السياحي، الجزائر: ألفا للوثائق، 2016.

- 5- محي الدين مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، مصر: المكتب العربي الحديث، بدون سنة نشر.
- 6- محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، القاهرة: دار الفكر للنشر والتوزيع، 2002.
- 7- المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، تسويق سياحي، الرياض، 2008.
- 8- يسرى دعبس، الإرشاد السياحي، الإسكندرية: الملتقى المصري للإبداع والتنمية، 2006.
- ثانياً- المجالات والدوريات العلمية :
 - 1- ابتسام حاتم علوان، "واقع المجتمع المدني في الوطن العربي"، مجلة كلية الآداب، العدد 98، جامعة بغداد، 2011.
 - 2- بلمداني سعد، تواتي نور الدين، "الإستراتيجية الاتصالية للتنمية السياحية في الجزائر: دراسة ميدانية للديوان الوطني للسياحة"، مجلة متون (بحوث ودراسات في العلوم الاجتماعية)، المجلد 8، العدد 03، ديسمبر 2016، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مولاي الطاهر بسعيدة.
 - 3- بويكر بداش، "صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات: رؤية استكشافية واحصائية"، بحوث اقتصادية عربية، لبنان، العدد 66، 2014.
 - 4- بوحفص حاكمي، خديجة العارف، "واقع السياحة في الجزائر مقارنة بمثيلاتها في تونس والمغرب"، مجلة دراسات، العدد 30، جامعة الأغواط، الجزائر، جوان 2017.
 - 5- زين منصوري، "واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 2، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، ماي 2005.
 - 6- عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، "متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري"، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد الرابع، جوان 2016.
 - 7- منال ديابي، "دور الوعي السياحي في تحقيق التنمية السياحية"، مجلة الباحث الاجتماعي، المجلد 13، العدد 01، جامعة قسنطينة 2، 2017.
 - 8- يحيي سعيدي، سليم العمرابي، "مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية: حالة الجزائر"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، العراق، 2013.
 - 9- مصطفى عثمانى، "الاستثمار السياحي كألية لتحقيق التنمية السياحية"، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 02، العدد 17، جامعة خميس مليانة (الجزائر)، 2017.
 - ثالثاً: الملتقيات العلمية :
 - 1- صاوتي مراد، بلبخاري سامي، "الاتجاهات المستقبلية لمحددات الاستثمار السياحي في الجزائر- دراسة تحليلية-"، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الدولي الثاني حول المداولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي، الجزائر: جامعة 8 ماي 1945، (قائمة)، 24 و 25 أكتوبر 2017.
 - 2- صالح فلاح، "النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الأول حول الاقتصاد الجزائري في

الألفية الثالثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة البليدة، 20-21 ماي 2002.

3- طلال زغبة، سعيدة بورديمة، "دراسة تحليلية تقييمية لواقع وفرص الاستثمار في قطاع السياحة في الجزائر"، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الدولي الثاني حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي، الجزائر: جامعة 8 ماي 1945 (قائمة)، 24 و 25 أكتوبر 2017.

4- علي سنوسي، "تقييم مناخ الاستثمار ومدى مساهمة القطاع الخاص في التنمية بالجزائر"، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في آفاق الألفية الثالثة بالجزائر، الجزائر: جامعة محمد بوضياف (المسيلة)، 28 و 29 أكتوبر 2014.

5- مجدوب بحوصي، عمار عريس، نضال يدروج، "متطلبات تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر"، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الدولي الثاني حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي، الجزائر: جامعة 08 ماي 1945 (قائمة)، 24 و 25 أكتوبر 2017.

6- مربعي وهيبة، "واقع العرض والطلب السياحي لولاية باتنة (دراسة تحليلية)"، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، الجزائر: جامعة باتنة، 19 و 20 نوفمبر 2012.

7- محبوب محمد، ثابت سعيدة، "تحديات القطاع السياحي كبديل تنموي لقطاع النفط في الجزائر"، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الوطني الثاني حول أثر انهيار أسعار المحروقات على التنمية في الجزائر - دراسة في السياسات البديلة، الجزائر: جامعة عمار ثلجي (الغواط)، 10 و 11 أكتوبر 2017.

8- نبيل بوفليج، محمد تقوروت، "دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا- حالة الجزائر، تونس والمغرب"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الأول حول السياحة في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة البويرة، 11-12 ماي 2010.

رابعا: الرسائل الجامعية:

9- عبد القادر عوينات، "السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025)"، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، الجزائر: جامعة الجزائر 03، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2012.

خامسا: المواقع الإلكترونية:

1- الشركة الوطنية للنقل البحري للمسافرين. أنظر: http://www.algerieferries.com/f_aria.php, consulté le 06/12/2018 heure 20:00.

2- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع السياحة. أنظر: <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme,consulté> le 12/12/2018 heure 00:10.

3- وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية، إحصائيات السياحة لسنة 2014.
أنظر:

<http://www.matta.gov.dz/images/statourisme.pdf>, consulté le 05/12/2018 heure 18:00

2- المراجع الأجنبية:

1- Michael ross, *does oil hinder democracy*, project muse, world politics 53, april 2001.

2- OSMANI Djalel edine, BENABBAS Aziza, Satouri Djoudi, "quels mécanismes ont été mis en œuvre par le gouvernement Algérien pour le soutien de l'entrepreneuriat touristique ?", Document présenté au Le deuxième colloque international sur L'entrepreneuriat et son rôle dans le développement du tourisme, Algeria : Université 8 Mai 1945 (Guelma), 24 et 25 Octobre 2017.